图书情报工作
第64卷 第17期 2020年9月

政务微信提升公共文化服务效能的模式分析*
——深圳“南山文体通”的个案研究

■ 陈世香　唐玉珍
武汉大学政治与公共管理学院　武汉 430072

摘　要：[目的/意义]随着移动互联网和微信息时代的到来，政务微信成为继政务APP、政府微博之后，当前各级政府广泛采用的电子化公共服务平台。探究政务微信对公共文化服务效能的影响机制，将有助于借助数字文化资源提升服务效能。[方法/过程]基于连接供给侧与需求侧的互动机制分析架构，以深圳市南山区政务微信电子平台“南山文体通”运行模式为研究个案，探讨该平台得以实现“互联网+公共文化服务”供给模式创新、提升公共文化服务效能的内在机理。[结果/结论]研究发现，政务微信平台通过构建连接供给侧与需求侧的互动机制，有助于实现公共文化服务效能提升。然而，一旦受限于平台、公众与政府各自功能困境，三方“失耦”将会制约服务效能的提升。结合其运营实践，可以从供给端加强技术创新，在需求侧坚持精准服务，同时完善政府相关制度建设，使得政务微信在全面可靠的规章制度约束下提供服务，形成平台、政府与公众三方的“耦合”。

关键词：政务微信　公共数字文化资源　互动机制　服务效能
分类号：G240
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2020.17.008

1 引言

公共文化服务是政府公共服务的重要内容。国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要指出，要完善公共文化服务网络，创新公共文化服务运行机制，加快构建普惠性、保基本、均等化、可持续的现代公共文化服务体系。在大数据时代，科技是公共文化服务的后盾，利用数字化科技，公共文化服务可以拓展服务半径，“点单”配送更为精准，能够有效推进设施标准化、资源共享化、服务网络化、运行一体化、参与便捷化，实现公共文化服务由设施建设为主向效能建设为主的转变[1]。其中，“互联网+公共文化服务”是今后一段时期内实现科技与公共文化服务相融合的重要途径，而政务微信是成果之一。

在微信息时代，社会公众阅读方式呈现出移动化、个性化、数字化、碎片化特征，微信可以作为社会公众与公共数字文化服务的连接器[2]。宋志国提到，政务微信作为电子政务新平台，是提高政府服务效能的重要路径[3]。近几年全国及地区政务微信发展报告显示，不同政务微信系统运营差异较大，公安、宣传、共青团系统形成主要梯队，表现非常活跃[4-5]。公共文化服务领域政务微信公众号尽管建设起步较晚，发展却十分迅速。但作为一种新兴技术应用平台，政务微信平台对于公共文化服务效能提升的作用机制是什么？影响和制约因素有哪些？

通过梳理相关文献可知，学术界现有研究主要围绕服务主体[6-7]、资源[8]、保障[9]及效果评价[10]等维度和主题，多关注文化服务效能提升过程中不同主体的角色定位，这为从供给与需求两端出发研究公共文化效能奠定了基础。而有关互联网时代公共文化服务效能提升的研究为本文提供了思想借鉴。闫石研究了互联网环境下提升公共文化服务效能的路径，指出利用互联网的技术优势、充分发挥互联网在文化资源配置中的优化和集成作用，创造新的公共文化发展生态，是提升公共文化服务效能的重要途径，也是创造公共服务价值的重要[11]；王锰等基于公共文化服务体系示范

* 本文系国家社会科学基金艺术类重点项目“国家文化管理体制改革与创新研究”（项目编号：15AH007）和湖北省软科学研究专项计划项目“中国地方基本公共服务体制创新研究：以湖北省为例”（项目编号：2011DHA012）研究成果之一。
作者简介：陈世香（ORCID：0000-0001-5369-2993），教授，博士，博士生导师；唐玉珍（ORCID：0000-0001-7568-090X），硕士，通讯作者，E-mail：yztang1017@163.com。
收稿日期：2020-02-17　修回日期：2020-05-19　本文起止页码：74-83　本文责任编辑：徐健

区的服务实践，对比各示范区有关建设数字文化资源的政策文本，将公众使用公共数字文化服务的阶段分为三种情况，即使用阶段、服务满意阶段以及持续使用服务阶段。在此基础上，构建公共数字文化资源的服务效能提升路径，即供给主体内容要素和保障机制，并匹配服务对象的信息素养，最终影响文化服务效能[12]；汤金羽和朱学芳从服务量、服务内容和服务效果3个维度，对我国公共文化云微信公众平台服务效率进行评估，并基于评估结果提出了丰富平台内容、提升服务功能、协调平台建设以及扩大用户数量4个方面的改进意见，以期促进我国市、区级公共文化云微信公众平台的建设[13]。O. Lee 提出在建设大型公共数字文化项目过程中应该以公众的需求为导引[14]；M. E. Frias 等指出数字化的公共文化服务效能的评估涉及服务对象的认知和使用满意度[15]。这些研究关注了互联网时代下数字化公共文化服务具备的技术属性，主张促成互联网创新成果与公共文化服务实现深度融合，构建基于网络时代背景下文化服务效能的评价指标体系，关注服务对象的需求与满意度。但有关“互联网+”影响公共文化服务效能运行实践、尤其是有关具体实现模式的科学分析则较为缺乏。

关于互联网时代背景下数字化服务提升公共文化服务效能的既有研究显示，政务微信以其个性化、多样化的服务功能，连接政府部门与社会公众群体，实现了政府治理和服务创新，搭建起政府与民众之间桥梁，有助于更好提升国家治理水平[16]。笔者拟在文化与科技融合数字化机制基础上，从供给与需求互动机制这一理论视角切入，建构有关理论架构，再经由“南山文体通”个案研究，以图阐释政务微信平台提升公共文化服务效能的实践模式及其内在作用逻辑。

2 基本概念与分析框架

2.1 概念解析:公共文化服务效能与政务微信

公共文化服务是由公共部门和准公共部门所提供，具有非竞争性、非排他性的文化产品或服务，目的是满足公众对公共文化的需求和权益[17]。依据我国《公共文化服务保障法》相关规定，公共文化服务是指由政府主导、社会力量参与，以满足公民基本文化需求为主要目的而提供的公共文化设施、文化产品、文化活动以及其他相关服务。有学者认为，公共文化服务效能可以用公共文化服务体系达到预期结果或影响程度来衡量和表示，反映了公众对于公共文化服务的感知与获得感[18]。由此，公共文化服务效能可被视为公共文化服务被提供过程中所体现出的结果和影响的综合体现，也即公共文化服务体系功能的实现程度。作为确保群众基本文化权利的实现而进行的制度设计和产品供给，公共文化服务体系体现为以下4大特征：服务主体的非营利性、服务对象的非排他性、服务内容的非均衡性、服务目标的非差异性[19]。其中，服务主体的非营利性是指政府作为公共文化服务的供给主导，保障所提供公共文化服务的公共性；服务对象的非排他性是指公共文化服务和满足的对象不是个别或少数人的需求，而是最广泛和最普遍的需求；服务内容的非均衡性是指政府所提供的公共文化服务内容因地域、发展水平和公民需求的差异，而呈现出的多样化、多方面和多层次等非均衡的特点；服务目标的非差异性则是指政府要从法律制度、财政投入和运行机制等方面保障全体公民平等享有基本文化权利。

近20年来，在公共文化服务领域，各级政府逐渐增大投入，改善公共文化服务技术和手段，不断提升服务覆盖面和智慧化水平。数字化政府是当前各级政府推进公共文化服务升级的主要技术手段和基础设施，而政务微信便是通过数字化能力驱动政府服务效能提升的基本手段。具体地，政务微信是政府利用微信平台，向公众提供信息公开、政务互动、实时管理和服务的一种电子政务手段，是目前微信公众号的一种特殊类型[20]。与政务网站使用浏览器作为用户终端不同，政务微信主要是使用智能手机等移动载体作为用户终端，使用体验十分便捷[21]。作为一种新型数字化公共服务平台，政务微信能突破服务提供时间和空间的限制，为政务信息公开与服务质量评价提供了直接意见平台，既有助于提升服务质量水平，又能从虚拟世界助推公共文化服务体系建设[22]。

2.2 形成连接供给侧与需求侧的互动机制以提升公共文化服务效能

传统公共文化服务多以供给为主导驱动模式[23-25]，强调公共文化服务基础设施建设，以标准化助推均等化。近年来，需求导向下的公共文化服务体系建设逐渐受到更多关注[26-28]，经济社会发展使得公众公共文化服务期望逐步从基本型文化需求向发展型高品质文化需求转变。理论与实践发展表明，供给驱动下的公共文化服务供给能有效补齐文化短板、填补服务空白、走向空间正义[29]，但这种模式可能存在忽略公共文化服务内容的非均衡性特点而导致供给过剩，或是供需失衡、缺乏高质量服务供给等问题。在制度分析学派看来，只关注供给侧会忽视所供给公共服

务的差异性，难以真正有效满足民众的多样化公共服务需求[30]。但与此同时，公共服务本身具有非排他性、非竞争性等属性，难以通过市场机制实现充分、有效的供给[31]。这导致公共服务的单一官方供给或是市场供给都会出现失灵现象。为打破有关公共服务的国家供给与市场私有化供给对立极化制度选择思维，奥斯特罗姆夫妇提出协作生产这一新型公共服务供给理念，认为生产者与消费者之间协作生产机制的建构是提升公共服务服务、尤其是个性化公共服务供给效率的关键决定因素[31]。作为公共文化服务的供给者和消费者，要提升公共文化服务供给效能，供给侧与需求侧不能顾此失彼，而是要构建连接供给与需求的良性互动机制，激发服务新动能。作为一种新型数字化互动性服务平台，政务微信的有效运用或者能够促成公共文化服务供给侧与需求侧互动机制的生成。

一方面，供给侧驱动强调提升供给质量与效率，涉及政府和企业等供给侧主体。有学者主张通过高新科技改进公共文化服务模式，将数字、网络、移动通讯技术等应用于公共文化服务体系，实现资源整合和共享从而提升服务效能[32]。政务微信平台建设能减少政府和企业人力和基础设备等开支，控制管理和服务成本，获取更多信息资源以改进政府管理服务模式，并能提升公共文化服务效能水平。此外，政务微信平台可以扩大政府公共文化服务信息的公开传播范围，有助于提升各参与主体工作透明度，吸引更多优质企业参与公共文化服务协同合作，形成公共文化服务共治共享新格局。

另一方面，以社会公众为代表的需求侧创新则关注服务对象在服务内容自主选择和需求反馈等方面权利的实现。有学者主张将满足群众基本文化需求作为提升文化服务的一个维度[33]。政务微信作为政府信息公开和社会公众广泛参与的载体平台，可以利用数字化手段实现文化服务的远程操作，让群众在移动终端上选择政府直接提供或购买的公共文化服务，实现服务供给数字化与社会化。民众足不出户就能获得多种类、高品质的文化服务[34]，从而实现服务对象对于服务内容的自主选择权。与此同时，在数字化供给基础上，政务微信平台可以利用大数据技术，汇集群众在微信平台的需求选择和意见表达信息，形成服务对象需求表达机制，促进公共文化服务供给精准对接需求，实现服务供给的需求导向。

在我国公共文化服务实践中，国家和社会不断完善具有福利性质的文体活动设施，丰富服务内容。一些政府部门或者组织机构正在尝试借助政务微信平台将服务内容更广泛、便捷地呈现给公众。协作生产要求公民在对他们意义重大的公共物品和服务的生产中能够起到积极的作用[31]。政务微信平台不仅能够激励政府完善公共文化服务，更能够激励服务对象对其自身接受服务的境遇负责。政务微信平台激励服务对象自主选择服务并进行需求表达，满足了群众文化权益，提升了文化福利水平。在这一过程中，政务微信增强了供需双方的交流互动，推动公共服务中多元主体协同向整体和复合治理转型，改变了传统公共服务政府“一揽子”的“独舞”服务供给模式[35]。可以说，政务微信助力实现公共文化服务体系的建设重点从文化福利供给到满足群众文化权益实现再到文化治理实施的跨越。这有助于构建与形成连接供给侧与需求侧的互动机制，使得公共文化服务效果不断接近公众预期程度，提升服务效能。

2.3 平台、公众与政府的三方“失耦”制约服务效能的提升

李国新教授曾指出，与经济社会发展水平和人民日益增长的精神文化需求相比，当前公共文化服务水平仍然有待提高；提升公共文化服务水平和质量，要在服务内容和服务效能上进一步下功夫[36]。政务微信依托科技平台改善公共文化服务，精准对接公众需求，彰显了提升公共文化服务效能的优势。然而，作为现代政府在社会化媒体时代的新兴服务平台，其服务供给效果不仅受到平台内容制作与运营主体的技术能力限制，社会公众在享受平台提供服务时亦会受到数字鸿沟制约，而既有制度供给缺失也使得政府难以进行有效的平台规制。协作互动机制的顺利实施，要求服务生产者和使用者根据资源、知识和组织来贡献努力，以形成和谐共处[31]，提升服务效率。换言之，平台、公众与政府三方均存在内在相关功能困境，一旦未能形成有机互动的整体耦合，就有可能制约乃至于降低基于微信平台的整体性服务效能。

首先，内容制作与营运方的技术服务模式决定服务内容的呈现面貌。目前，微信公众号主要分为订阅号和服务号两种类型。订阅号和服务号一次群发均可在编辑素材时使用多图文消息，最多可编辑8条消息。但订阅号每天可推送1次群发讯息，而服务号每月只能推送4次群发讯息。订阅号消息被折叠，只显示在订阅号的文件中。在微信5.0版本推出后，政务微信进入到以服务号为主导的时代。服务号拥有即时信息、查询和提醒功能，自定义菜单丰富用户体验，增强

用户粘性。此外，服务号互动性更为频繁，稳定性和响应速度比订阅号更好。可以看出，订阅号在主动推送信息方面具有优势，而服务号更侧重于对用户反馈信息的回应。对于公共文化服务政务微信而言，服务号难以及时、全面推送文化服务信息，而订阅号则存在互动性弱、消息容易被忽略等问题。

其次，作为服务接受方的社会公众受到数字鸿沟等问题的影响。有传播学者将数字鸿沟理解为包括全球鸿沟、社会鸿沟和民主鸿沟在内的 3 个层面。其中，民主鸿沟强调人们在是否使用数字技术参与公共生活方面的差距[37]。在目前政务微信平台业已建设和运行的情形下，仍然有不少群众主要依靠传统途径获取公共文化服务信息。这可能是由于经济条件限制而未使用智能手机导致，与缺乏基本操作技能也有关联，还会受到个人对于创新事务接受程度的影响[38]。数字鸿沟制约了民众使用政务微信接受公共文化服务的体验感和获得感，制约着服务效能的提升。

最后，政务微信发展尚处于探索起步阶段，作为规制方的政府在制度化建设上还存在不足，造成诸多管理漏洞，未能形成政务微信助力公共文化服务的规范化长效运行机制。目前，相关组织出台了一些针对本部门、本地区的政务微信管理规则，例如《国家安全监管总局政务微博微信发布运行管理办法》、《交通运输部政务微信管理暂行办法》、《安徽省人民政府法制办公室政务微博微信管理办法》。但目前尚未出台相关法律法规以统一规划和指导政务微信提供公共服务，也未形成针对平台服务的相关考核评估机制，不同区域和层级公共文化服务领域的政务微信发展水平参差不齐。当前各种政务微信在服务信息发布、交流互动、需求反馈等方面普遍存在功能失灵，甚至存在管理混乱问题，这很大程度上源于政府制度或规制缺失，使得大数据使用领域仍存在诸多规则漏洞[39]。简而言之，政府在平台信息规制和制度保障等方面供给不足，影响了公众的公共文化服务权益实现和体验，制约了政务微信提升服务效能的实际效果。

3 个案分析

3.1 “南山文体通”的创新历程

“南山文体通”政务微信公众号是深圳市南山区区委宣传部(文体局)运营的官方公共文化服务平台。作为该区宣传文化教育改革基本举措之一，微信平台于 2015 年 8 月试运行，11 月正式运营。在运行初期，“南山文体通”功能主要包括信息汇集、在线服务和意见反馈[40]。区别于国内同类政府微信平台的主要功能特点是：该平台运行伊始就实现了公益性文化活动和政府补贴文化场馆的在线订场订票和在线支付功能。当时只有商业化平台具备此项功能，在公益性、尤其是政务服务平台功能创建中绝无仅有，“南山文体通”由此走在了全国前列。此后，该平台不断创新，逐步形成了“互联网＋公共文化服务”供给新模式。2017 年 5 月，“南山文体通”2.0 版上线，新版本采用 APP 交互体验模式，整合服务内容，丰富内容供给，提升了易用性和可用性。2019 年 6 月，南山文体通小程序正式上线，通过融媒提升公共文体惠民服务。在上线一月内，用户数量超过 2 万，并于 7 月荣获深圳“十大最具融媒行动力奖”。从运行到 2.0 版再到新开发小程序，“南山文体通”借力“互联网＋”，开辟融媒体＋政务探索新路径，通过创新联动的媒介资源[41]，不断实现技术创新和服务效能提升，成为深圳市乃至于全国公共文化服务政务微信平台的一个典型标杆。

数字化是当下我国公共文化服务体系建设的重要手段和特征。互联网技术的发展和微博、微信等新媒体的普及，对公共文化服务提供方式和手段提出了新的更高要求[42]。继“南山文体通”后，深圳先后上线“罗湖文体通”“福田文体通”“光明文体通”“龙岗文体通”等微信平台。其他城市也相继推出公共文化领域类似政务微信服务平台，如“武汉文惠通”、上海的“文化金山”、宁波的“阿拉文化空间”等。这些政务微信平台公共文化服务供给效能的具体影响和制约因素有哪些？其创新服务供给与效能提升机制如何实现？针对这些问题(见图 1)，笔者以深圳“南山文体通”作为个案，围绕供给侧与需求侧，分析政务微信如何通过形成连接供给侧与需求侧的互动机制以提升公共文化服务效能，并分析服务效能的提升又如何受制于平台、公众与政府的三方“失耦”，最终形成关于政务微信提升公共文化服务效能的模式分析。

3.2 “南山文体通”的功能定位与实践机制

南山区区委宣传部(文体局)以“南山文体通”作为主打产品，大力打造“互联网＋”公共文体服务集成平台。在服务板块方面，公众号分为“南山文体”“惠民服务”和“我的南山”三部分。其中，“南山文体”整合当期辖区内各种热门公共文化活动，开通文化活动报名、场馆预约、项目申报等功能。在交互体验模式下，公众通过平台操作提交文化服务需求，而平台根据用户使用时间、角色等特征回应不同内容，以满足用户个性化需求，初步形成了供给与需求之间的良性互动

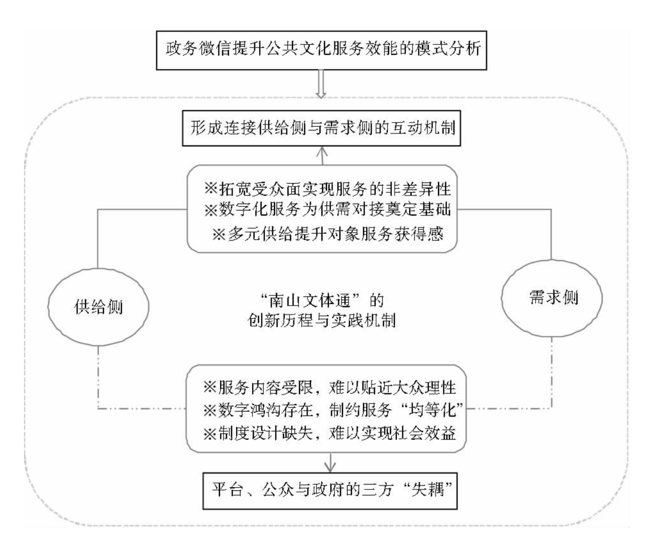


图 1　逻辑架构

机制。

3.2.1　全面及时的数字化信息推送机制

"南山文体"板块主页分为"地图""资源""申报""审批事项""书香南山""南山宝藏""群文有约""办事指南"8 个模块,分别介绍南山区文体活动阵地的路线、场馆资源、各项活动申报、文体服务审批事项、文体活动办事指南,以及图书馆、博物馆、文化馆等场馆资源详细信息和相关活动。内容既包括基本位置和场馆信息,涵盖文化服务图书馆、群艺馆与博物馆三馆基本信息和活动,公布了公共文化服务活动申报和审批相关事项的办事流程。

按活动内容,"南山文体"板块分为"文化大事件"和"体育大事件"两类。截止到 2019 年 12 月 31 日,该年度共推送 285 次。在单次推送编辑多条消息的前提下,共更新 888 条消息,涵盖图书馆、博物馆、文化馆活动、画展、讲座、读书会、音乐会等丰富内容。平台平均每天更新 2.4 条活动消息,信息更新及时。关注"南山文体通"微信公众号,一部智能手机即可了解该地区基本公共文化服务资源,参与本区公共文化服务活动,极大提升了当地群众公共文化服务的可及性。统计数据显示,2017 年 4 月 20 日,"南山文体通"注册用户达到 69 323 人,关注用户数 74 672 人[43]。南山文体通服务商深圳市腾讯计算机系统有限公司提供的数据显示,2019 年 7 月"南山文体通"小程序上线后,截至 12 月,小程序后台用户数量已接近 6 万,同期微信公众号粉丝数亦接近 18 万。

3.2.2　结果与市场导向的在线补贴机制

"惠民服务"板块包含"抢票""抢券""报名""订场""优惠信息"5 个模块。这是"南山文体通"微信公众号最具特色的在线服务模式。在公益性文化活动和政府补贴场馆的在线订场订票与支付方面,"南山文体通"走在了深圳市甚至全国前列。基于这一功能,南山区委宣传部(文体局)开展文化惠民工程,对部分演出门票进行定额现金补贴优惠,让市民能够以低于市场价的价格购得门票,参与文化活动。这一服务机制的在线呈现方式是群众通过平台领取政府发放的优惠券进行购票,在活动现场进行验证;政府则依据后台显示的现场验证优惠券的数量,给予活动开展单位相应的财政补贴。目前,该区公共文体服务的低票价补贴方式全部通过"南山文体通"平台在线实现,将文化服务的选择权充分交给市场和受众,迫使收补贴单位必须重视市场和民众需求,以提升文化惠民工程的实施效果。同时,这种补贴方式也有利于扩大各类艺术作品尤其是所谓高雅艺术作品的受众面,引导和营造全区整体文化艺术氛围。

3.2.3　激励与引导参与的积分体系

新上线的 2.0 版"南山文体通"创设了用户积分体系。用户可以通过注册、签到、参与问卷调查等活动获得积分。用户积分体系在黏住公众号受众群体方面具有很好作用。同时,签到送积分等活动也能培养公众养成浏览公众号的习惯。积分最终被用来兑换各种文化消费活动的参与门票、活动名额等,这种"变现"模式一定程度上激励群众参与公共文化服务,进行文化消费。此外,在积分使用规则上,政府通过平台设置不同文化服务内容的积分兑换价值力度和时间限制,引导民众在不同时期参与特定文化服务活动的积极性,助力政府特定公共文化服务目标的实现。采取有效激励机制,吸引群众参与,为提升公共文化服务供给效能提供了动力保障。"南山文体通"积分体系可以激励和引导群众获取、使用积分,参与公共文化服务活动过程。

3.2.4　需求导向的在线反馈机制

政务微信也面临着如何对服务效能进行有效评价的问题。"南山文体通"近几年来持续推行服务满意度问卷调查,采集市民对于南山区公共文化的需求和建议,便于在后期更好地服务市民。在微信公众号上,还可以看到相关问卷调查的统计数据。2018 年南山区公共文化服务满意度问卷调查的统计数据显示,共有 877 人参与了本次问卷调查,年龄主要分布在 18 至 55 岁。统计数据直观呈现了公众对本区公共文化服务活动的了解程度、对公共文化活动的喜好类型、对公共文化服务供给的满意程度等信息。同时,用户的年

龄、性别信息以及对本区公共文化服务活动的喜好类型等信息对于南山区后续开展公共文化服务时也具有指导意义。南山文体通小程序上线后两个月，平台即推出“关于南山文体通小程序使用情况的调查问卷”，旨在完善服务内容、优化服务模式。注重及时收集与反馈讯息，构成助力这一平台实现需求导向、提升服务效能的关键机制。

4 “南山文体通”影响公共文化服务效能的模式分析

作为国内最早实现公益性文化在线服务的微信公众平台，“南山文体通”通过系列创新实践，实现公共文化服务供给与需求的有效对接，突显了平台在提升公共文化服务效能方面的积极作用。同时，由于依托数字化技术提供服务，“南山文体通”不可避免会受到平台本身、公众与政府三方各自功能困境的影响，制约着文化服务供给系统整体性效能的提升。

4.1 政务微信对公共文化服务效能的提升机制

公共文化服务效能是公共文化服务主体确保公民能够享受到公共文化服务权益的综合能力体现。“南山文体通”集信息收集、在线服务和意愿反馈等功能于一体，其建设运营中的诸多创新实践有效依托平台优势，实现政府等主体服务供给与公众文化需求有效对接，形成连接供给侧与需求侧的互动机制，有助于提升公众公共文化服务的服务效能和受众的获得感。

4.1.1 扩展公共文化服务受众面，保障公共文化服务体系非差异性的实现

公共文化服务体系的非差异性要求政府要保障全体公民享有基本文化权利。公共文化服务对象广度也是衡量其效能的重要维度[25]。“南山文体通”有效梳理和盘活本地文化服务资源，形成特色资源库，丰富文化服务内容。同时，通过优惠抢票、场馆预定模块的使用，促成本区域各级单位的文化活动举办围绕线上预约、线下二维码签到、一键统计导出全流程，实现服务模式创新。从2017年到2019年，“南山文体通”使用人数快速增加，大大拓宽了公共文化服务的受众面。

服务对象的变迁催生了公共文化服务的数字化建设。随着人口在年龄结构上的变迁，80、90和00后已成为深圳市公共文化服务的主要对象。他们作为家庭生活的主力军，日常被工作占据，互联网与智能产品成为生活中不可或缺的一部分，智能化生活方式及时间压力使得他们难以有时间和精力使用线下设施和服务。以“南山文体通”为代表的政务微信，通过在线供给公共数字文化资源，配合线下服务，能够适应数字化趋势，满足服务对象对于公共文化服务的需求，真正实现全体公民的基本文化权益。

4.1.2 实现公共文化服务平台的数字化，为供需对接提供了更为便捷、高效的数字基础

数字化是当下我国公共文化服务体系建设的重要抓手之一。2017年文化部印发《“十三五”时期公共数字文化建设规划》，明确了“十三五”时期的重点任务，其中包括创新服务方式，提升服务效能。2019年文旅部印发《公共数字文化工程融合创新发展实施方案》，提出了“创新驱动、突出效能”的基本原则。“南山文体通”可以在线实现政府公益项目意见征询、公共服务效果反馈，服务对象足不出户就可以表达诉求。同时，平台后台可以经由对公益培训、不同活动参与群众等特征数据进行汇总，在线完成公共文化大数据采集、存储和分析处理，及时形成有关服务对象偏好和需求的报告。

公共文化服务的需求表达主体具有层次性[44]，这不仅表现在文化诉求的多层次，也表现为服务反馈的多样化。不同服务对象惯用的表达渠道也有所差别，在进行服务信息收集时需要考虑不同对象的多样化表达习惯[45]。政务微信平台畅通了在线文化诉求表达渠道；此外，以往大政府模式指导下的公共文化服务体系建设具有一定的“计划经济”色彩，存在供需脱节、效率不高和难以持续等方面问题[46]。而大数据能够依托文化形态的公共性，基于特定需求和时空条件下，利用大数据挖掘服务对象的各类服务信息，作为公共文化服务的内容或工具，打造数据驱动的新型公共文化服务链。由此，政务微信平台能够促成数字文化资源在服务供给中的应用，为供给与需求对接提供有效依据。

4.1.3 实现公共文化服务供给的市场化、社会化、规范化，提升群众文化服务获得感

公共文化服务效能对广大人民群众而言是应该可以评估与检验的。在创新供给实践中，“南山文体通”开设“低票价补贴”和“优惠抢券”预定场馆功能。市民在平台购买演出票或在线订场时直接获得政府补贴后的票价。相较于传统的政府一次性补贴到剧院等形式，群众更能直观感受到和真切受益于文化惠民政策，大大提升群众在享受公共文化服务资源中时的获得感[47]。在这一服务机制下，通过后台统计的优惠购票信息，“南山文体通”有助于实现政府财政对南山文体

中心等公益性服务机构的文化服务活动进行科学精准补贴，确保“凭单制”购买公共文化服务模式的有效运行，将选择权和评价权交到服务对象手中，实现公共文化服务供给的市场化与社会化，有助于服务效能的提升。

尽管公共文化服务体系具有服务主体的非营利性特征，但这里更多是强调决策主体的非营利性。有关公共服务供给的决策－执行二分理论主张将决策行为与执行行为分开研究[48]。经由政务信息平台的建构，在公共文化服务中，承担法规政策制定角色的政府是制度和服务供给的核心主体；同时，政府和企事业单位、社会组织等合作进行服务供给，而文化服务内容的制作与生产则经由市场化机制交由分散的多元化市场与社会主体协同完成。这种多中心治理模式能够发挥各主体优势，即经由政府的供给主导地位确保公共文化服务的供给，同时经由供给决策与生产过程的分离进而引入竞争机制、使得选择权回归“消费者”也就是公共服务对象，这不仅没有削弱服务主体的非营利性质，还激发了文化市场的活力，更有助于提升服务对象的获得感与幸福感。依据制度分析学派有关制度创新的相关理论，这些构成公共文化服务政务信息平台提升公共文服务效能最为关键的内在机理。

4.2 政务微信提升公共文化服务效能的制约因素

作为公共文化服务政务微信的典型案例，“南山文体通”的建构、发展及其运行实践也显现出了数字化、网络化机制可能存在的各种问题。这些问题的存在，阻碍了平台、公众和政府三方有机互动的整体耦合关系机制的顺利生成，影响与制约着公共文化服务效能的提升。

4.2.1 受限的服务内容难以与大众思维形成碰撞和融合

技术有效性或者确定性是制约着公共服务制度设计与创新的关键因素之一[30]。就平台运行技术模式而言，“南山文体通”是微信订阅号，发布的讯息被收藏在微信“订阅号消息”文件夹中，消息推送时不会有直接的消息提醒，需要用户主动点开进行查看。同时，受订阅号功能设计影响，“南山文体通”的互动反馈只能在公众号内发送问题信息和截图，互动体验感较弱。弘扬优秀传统文化是我国公共文化服务体系的重要使命之一，但传统文化资源往往由于普及度不高等因素而具有一定准入门槛，其受众面相对较窄。事实上，“南山文体通”开展的传统文化服务项目中，一方面由于运营方欠缺文化宣传和普及意识，有些文化服务项目（如诗歌剧、越剧等）缺乏相应背景与文化价值等方面信息推介与宣传；另一方面，在传统文化类节目的呈现方式上，平台也缺乏通俗化、视频化、可视化的浏览方式。这些技术性限制会制约文化传承功能的有效实现。值得注意的是，民众的文化偏好未必均能合理，或是能与官方所倡导的社会发展主流相匹配。一些供给方注重的优质传统文化，虽然服务价值高，但难以获得公众青睐；而诸如快餐文化和奢侈文化却可能迎合了公众偏好[49]。由此，政务微信平台在公共文化服务供给过程中会出现与大众生活理性和累积常识不相匹配的状况，难以贴近大众文化需求，进而降低了民众对于相关公共文化服务的获得感。

4.2.2 数字鸿沟影响公共文化服务“均等化”的实现

作为政务微信平台，“南山文体通”与大数据、互联网和移动智能终端相伴而生。最新的“南山文体通”更是新增了“准入门槛”，需要在“个人中心”进行认证方可正常使用。认证环节包括姓名、身份证号的填写，并需要开通“腾讯 E 证通”进行人脸识别。如上述分析可知，民众在使用数字技术参与公共文化生活时存在各种所谓鸿沟。对于不使用或较少使用数字技术参与公共生活的群体而言，“南山文体通”较为复杂的操作环节和情境很可能成为其有效运行的制约因素。平台服务满意度问卷调查数据分析显示，参与调查者年龄主要分布在 18 至 55 岁；对于 18 岁以下的青少年以及 60 岁以上老人而言，很可能由于未使用智能手机或缺乏基本操作技能等原因而难以获得平台供给的各类数字化公共文化服务。

公共文化服务需要满足全体公民的基本文化需求。公共文化服务体系的非排他性特征也意味着其服务对象不是个别或少数人的需求，不能因为行业、地域、年龄或是技术等因素将部分人排除在服务体系之外。政务微信依托数字技术供给公共文化服务的模式，必然可能因为数字鸿沟的存在使得不同群体难以获得均等化公共文化服务，难以保障服务体系非排他性的实现，进而降低总体服务效能。

4.2.3 不健全的制度设计制约公共文化服务社会效益的实现

公共文化服务的有效供给离不开必要的制度安排保障[30]。要保障公共文化服务体系非差异性服务目标的实现，需要政府从法律制度和运行机制等方面入手，实现公共文化服务的均等性。迄今为止，全国仍有众多城市和地区尚未出台关于政务微信运行管理的相关制度规范，更没有全国统一的相关制度安排出台。

制度化建设不足，导致提供公共文化服务的政务微信平台在运行中存在诸多管理漏洞。例如，缺乏关于信息安全和个人隐私保护相关规范，在公众号人脸识别认证环节等可能存在个人隐私泄密威胁；信息发布的不完善，缺乏对于传统展馆资源等的介绍；信息更新不及时，已经截止的活动项目信息却一直保留在平台主界面，占据最新活动的信息资源；交流互动、需求反馈功能失灵，关于公众号满意度问卷调查、使用体验等相关的问卷后填写后难以收到反馈讯息等。

协作生产涉及到政府和群众之间的紧密合作，但这样的合作不可能是理所当然的。必须有一系列的规则来详细说明相关各方必要的工作划分，来为参与者贡献他们的努力创造积极的激励，并帮助参与者保持彼此间稳定的相互期望[31]。公共文化服务具有很强的社会效益特征。政务微信平台在供给公共文化服务过程中制度设计的不完善，不仅难以约束服务主体的服务行为，更无法给服务对象提供其获取更有效服务的行动依据[50]。这些既不利于微信平台的规范有序运行，甚至可能导致各种运行与运用风险，最终难以实现公共文化服务效能的提升。

5 结论与建议

公共文化服务目的是满足公众的公共文化需求和权益实现。公共文化服务效能反映了公共文化服务体系功能的实现程度。党的十九届四中全会公报提出要健全人民文化权益保障制度，支持开展群众文化活动机制，鼓励社会力量参与公共文化服务体系建设。深圳“南山文体通”政务微信平台是社会力量参与公共文化建设的典型实践。基于对“南山文体通” 的个案分析，笔者阐释了政务微信平台提升公共文化服务效能的运行逻辑。研究发现，作为政府转变公共文化服务供给模式的数字化技术载体，以“南山文体通”为代表的微信平台借助数字网络技术，整合辖区公共文化服务资源，发布服务讯息，并经由竞争机制和社会化机制的引入，引导社会力量参与服务供给与生产，在供给侧实现多主体协同合作，形成公共文化服务共治共享新格局，有助于实现与服务对象之间的有效沟通和连接。同时，政务微信平台在需求侧能够给予服务对象服务内容的自主选择权，并通过在线收集服务对象反馈意见，形成相对更为有效的参与激励与需求表达机制，促进公共文化服务精准对接需求，实现服务供给的需求导向。由此，在公共文化服务供给中，作为基础载体的政务微信能够充分发挥互联网优势，构建起连接供给侧与需求侧的良性互动机制。这一机制增强了供需双方的交流互动，使得服务供给更加精准，需求表达渠道愈加畅通，群众满意度和获得感得以增强，最终促成公共文化服务效能的有效提升。

尽管政务微信平台在提升服务效能方面迈出了新步伐，但在实践中仍受到诸多因素制约效能的提升。就平台本身而言，受限技术水平不仅影响了服务内容的呈现效果，服务对象的选择也被限制平台提供的有限服务中，使得公众互动体验感较差；就服务对象而言，依托数字技术提供文化服务的政务微信使得主要依靠传统途径获取服务信息的公众难以均等享受服务，与公共文化服务“均等化”“标准化”目标背道而驰；就政府而言，作为政务微信平台规制方和供给方，由于制度建设的不完善，导致平台管理与运营相关规则欠缺，难以形成长效服务机制。简言之，平台、公众与政府三方各自既有的种种功能困境致使整体上未能形成有机互动的耦合关系，更未能形成协作生产机制，制约政务微信平台公共文化服务效能的提升。针对服务实践存在的诸多难题，要想进一步提升公共文化服务政务微信服务效能，在供给端仍然需要立足技术创新，夯实信息化建设基础，丰富信息的多元化推送，拓宽服务对象的广度与深度；在需求侧，要坚持精准服务，优化意见反馈模块的设计，全方位对接公众文化需求。同时，政府部门要完善相关制度建设，使得政务微信在系统完备的规章制度约束下提供服务，并且更为规范有序地引入更具针对性的市场竞争、消费者参与需求表达机制，最终形成“互联网＋公共文化服务”的长效机制，以期满足多元化、个性化的公共文化服务需求，实现公共文化服务效能的不断提升。

概言之，作为一种新兴技术应用平台，政务微信平台通过构建连接供给侧与需求侧的互动机制，有助于实现公共文化服务效能提升。然而，在服务实践中，受限于平台、公众与政府各自功能困境，三方“失耦”以致影响与制约服务效能的提升。笔者通过探究政务微信影响公共文化服务效能的具体模式，拓宽了现有关于服务效能影响因素的研究思路。尽管群众获得和感受是文化服务效能评价的主要指标，但笔者在“南山文体通”的个案研究中，由于未获得平台满意度调查的完整数据或自评报告，故而选择使用平台用户数量增长、平台获得的创新奖励等可及性数据，用以反映政务微信平台在公共文化服务效能方面的提升。同时，个案研究结论只能是一种探索，其普遍适用性有待进一步研究修正。因此，需要获取更多印证资料，以展开政务

微信平台对于公共文化服务效能提升作用机制更为系统和精准的研究。

参考文献：

[1] 闫石. 互联网环境下提升公共文化服务效能路径研究[J]. 科技传播,2015,7(22):100 - 101.
[2] 唐义,王丹雪. 国家数字文化网微信公众平台构建研究[J]. 图书馆,2017(2):102 - 107.
[3] 宋志国. 基于服务型政府建设视角的政务微信探究[J]. 中国管理信息化,2019,22(2):155 - 157.
[4] 中国社会科学网. 2016 政务微信发展报告发布[EB/OL]. [2019 - 11 - 18]. http://www. cssn. cn/dybg/gqdy_gdxw/201703/t20170329_3470417. shtml.
[5] 清博大数据. 微信公众号 2019 年政务分类总榜[DB/OL]. [2019 - 11 - 18]. http://www. gsdata. cn/rank/wxrank? type = month.
[6] 马宝君,张楠,谭棋天. 基于政民互动大数据的公共服务效能影响因素分析[J]. 中国行政管理,2018(10):109 - 115.
[7] 王锰,陈雅,郑建明. 公共数字文化服务效能的关键影响因素及其机理研究[J]. 中国图书馆学报,2018,44(3):35 - 51.
[8] 芦苇,张立荣. 依托社区提升公共文化服务效能——基于组织输送的视角[J]. 理论与改革,2014(5):55 - 58.
[9] 邱冠华. 公共图书馆提升服务效能的途径[J]. 中国图书馆学报,2015,41(4):14 - 24.
[10] 胡守勇. 公共文化服务效能评价指标体系初探[J]. 中共福建省委党校学报,2014(2):45 - 51.
[11] 闫石. 互联网环境下提升公共文化服务效能路径研究[J]. 科技传播,2015,7(22):100 - 101.
[12] 王锰,陈雅,郑建明. 公共数字文化服务效能的关键影响因素及其机理研究[J]. 中国图书馆学报,2018,44(3):35 - 51.
[13] 汤金羽,朱学芳. 我国公共文化云微信公众平台服务效率评估[J]. 图书馆论坛,2019,39(9):127 - 134.
[14] LEE O. An action research report on the Korean national digital library[J]. Information & man-agement, 2002, 39(4):255 - 260.
[15] FRIAS M E, CHEN S Y, LIU X. Evaluation of a personalized digital library based on cogniti-ve styles: adaptivity VS. adaptability [J]. International journal of information management, 2009, 29 (1):48 - 56.
[16] 人民论坛. 别让政务微信成为摆设[EB/OL]. [2019 - 11 - 22]. http://www. rmlt. com. cn/2018/0102/507505. shtml.
[17] 董德民著. 公众感知政府公共文化服务质量评价研究 以国家档案馆公共服务为例[M]. 北京:经济科学出版社,2017:11.
[18] 钱丹,陈雅. 公共数字文化的一体化服务效能探析[J]. 图书馆,2017(6):60 - 64.
[19] 国家数字文化网. 公共文化服务体系的四大特征[EB/OL]. [2019 - 11 - 23]. http://www. ndcnc. gov. cn/zixun/xinwen/201412/t20141209_1032241. htm.
[20] 王芳,张璐阳. 中国政务微信的功能定位及公众利用情况调查研究[J]. 电子政务,2014(10):58 - 69.
[21] 王少辉,高业庭. 基于微信平台的电子化公共服务模式创新研究——以"武汉交警"政务微信为例[J]. 电子政务,2014(8):53 - 60.
[22] 张瑜. 论公共文化服务体系构建中的政府职能与角色定位——基于城乡统筹发展的愿景[J]. 广西社会科学,2014(12):153 - 156.
[23] 项继权,袁方成. 我国基本公共服务均等化的财政投入与需求分析[J]. 公共行政评论,2008(3):89 - 123,199.
[24] 于志勇. 农村公共文化服务供给研究:基于公共服务均等化的视角[J]. 云南行政学院学报,2012,14(4):110 - 112.
[25] 周鸿雁. 我国公共文化服务供给侧存在的问题及对策——从公众评价的视角[J]. 华中科技大学学报(社会科学版),2016,30(6):21 - 27.
[26] 李海娟,顾建光. 我国公共文化服务供给与需求的辩证关系及矛盾分析[J]. 毛泽东邓小平理论研究,2017(2):34 - 40,108.
[27] 闫小斌,段小虎,贾守军,等. 超越结构性失衡:农村公共文化服务供给驱动与需求引导的结合[J]. 图书馆论坛,2018,38(6):31 - 36.
[28] 段小虎,谭佳峰,李宪霞. 需要的社会体系、历史序列与空间特征:公共文化服务供给改革再认识[J]. 图书馆论坛,2018,38(6):11 - 15.
[29] 闫小斌. 贫困地区文化扶贫之价值目标:走向空间正义[J]. 图书馆建设,2017(1):40 - 45.
[30] 迈克尔・麦金尼斯. 多中心治道与发展[M]. 毛寿龙,译. 上海:上海三联书店,2000:313 - 314,316 - 317,322.
[31] 埃莉诺・奥斯特罗姆,拉里・施罗德,苏珊・温. 制度激励与可持续发展基础设施政策透视[M]. 陈幽泓,谢明,任睿,译. 上海:上海三联书店,2000:89 - 95,118,292,393,444.
[32] 刘洋,唐任伍,隋吉林,等. 现代公共文化服务体系——2013 年中国公共文化服务体系建设盘点[J]. 中华文化论坛,2014(3):132 - 136,191 - 192.
[33] 李世敏. 公共文化服务效能提升的三个维度及其定位[J]. 图书馆理论与实践,2015(9):10 - 13.
[34] 宋刚,孟庆国. 政府 2.0:创新 2.0 视野下的政府创新[J]. 电子政务,2012(Z1):53 - 61.
[35] 何继新,韩艳秋. 供给侧和需求侧:城市社区"互联网 + 公共服务"发展的驱动因素分析[J]. 天津城建大学学报,2017,23(6):459 - 466.
[36] 中国政府网. 如何落实《政府工作报告》目标公共文化服务补短板提效能[EB/OL]. [2019 - 12 - 04]. http://www. gov. cn/xinwen/2019-04/11/content_5381503. htm.
[37] 韦路,张明新. 第三道数字鸿沟:互联网上的知识沟[J]. 新闻与传播研究,2006(4):43 - 53,95.
[38] 李晶. 数字鸿沟视角下政务微信的使用行为为研究[J]. 大学图书情报学刊,2015,33(3):23 - 29.
[39] 中国财经网. 微信服务号自动"被关注"消费者不胜其烦[EB/OL]. [2019 - 12 - 04]. http://finance. china. com. cn/consume/20180115/4506843. shtml.
[40] 南方网. 公共文化服务平台"南山文体通"上线[EB/OL].

[2019－08－14].http://sz.southcn.com/content/2015-11/16/content_136990631.htm.
[41] 南方都市报.深圳融媒致敬盛典举行 打造“融媒爆款”秘诀在此揭开[EB/OL].[2019－08－14].http://epaper.oeeee.com/epaper/H/html/2019-08/01/content_29812.htm.
[42] 搜狐网.现代公共文化服务体系建设进入“效能提升”时代[EB/OL].[2019－08－16].http://www.sohu.com/a/239635724_669468.
[43] 南方都市报.“南山文体通”2.0新版正式上线[EB/OL].[2019－08－14].http://epaper.oeeee.com/epaper/H/html/2017-05/12/content_29106.htm.
[44] 张青.农村公共文化服务需求表达流程设计[J].北京行政学院学报,2017(3):41－47.
[45] 陈瑶主编.公共文化服务制度与模式[M].杭州:浙江大学出版社,2012:321.
[46] 刘炜,张奇,张喆昱.大数据创新公共文化服务研究[J].图书馆建设,2016(3):4－8,12.
[47] 杨永恒,龚璞,潘雅婷.公共文化服务效能评估理论与方法[M].北京:科学出版社,2018:89.
[48] 时磊,许艳.英美“决策－执行”二分改革比较研究[J].中国海洋大学学报(社会科学版),2006(4):48－52.
[49] 李佳运.文化产业发展中的市场与政府的矛盾[J].改革与开放,2012(12):177,179.
[50] 郭妍琳.公共文化服务体系的社会效益与制度建设[J].艺术百家,2008(3):216－217.

作者贡献说明：
陈世香：提出选题，牵头组织实地调研，论文撰写与修改；
唐玉珍：参与实地调研，辅助论文撰写，论文修改。

Analysis on the Mode of Government's WeChat Improving the Effectiveness of Public Cultural Services: A Case Study of "Nanshan Cultural and Sports Styles" in Shenzhen

Chen Shixiang　Tang Yuzhen
School of Politics and Public Administration, Wuhan University, Wuhan 430072

Abstract: [**Purpose/significance**] With the advent of mobile Internet and micro era, government's WeChat has become the most widely used electronic public service platform after government APP and government microblog. This paper will explore the influence mechanism of Government's WeChat on the efficiency of public cultural services, so as to improve the service efficiency with the help of digital cultural resources. [**Method/process**] Based on the analysis framework of the interaction mechanism connecting the supply and the demand side, this paper took the operation mode of "Nanshan Cultural and Sports Styles", an electronic WeChat platform for government affairs in Nanshan district of Shenzhen, as a case study to explore the internal mechanism of realizing the innovation of the supply mode of "Internet + public cultural services" and improving the efficiency of public cultural services. [**Result/conclusion**] The study found that the government WeChat platform is helpful to improve the efficiency of public cultural services by building an interactive mechanism connecting the supply and the demand side. However, once limited by the platform, the public and the government's respective functional dilemma, the "decoupling" of the three parties will restrict the improvement of service efficiency. Combined with its operation practice, it can strengthen technological innovation from the supply side, and adhere to precise services on the demand side. At the same time, improving the construction of relevant government systems, so that the government can provide services under the constraints of comprehensive and reliable rules and regulations, forming the "coupling" between the platform, the government and the public.

Keywords: government' WeChat　public digital cultural resource　interaction mechanism　service effectiveness